

EMPREENDEDORISMO JOVEM: FATORES QUE CONTRIBUEM PARA A ATIVIDADE EMPREENDEDORA*

Sandra Aparecida BRASIL (PG-UEM)
Cintia Fernanda BRASIL (PG-UEM)
Clariana Ribeiro NOGUEIRA (PG-UEM)

RESUMO

Empreendedorismo Jovem, um importante segmento do Empreendedorismo, tem sido cada vez mais pesquisado nos últimos anos, dada sua importância para a economia nacional e para a sociedade. O empreendedorismo jovem apresenta-se como forma de inclusão de jovens no mercado de trabalho e em contrapartida é fator preponderante para promoção do desenvolvimento socioeconômico brasileiro (LIMA-FILHO, SPROESSER, MATINS, 2009). Nesta perspectiva, o presente estudo aborda o tema empreendedorismo desenvolvido por jovens e fatores que estimulam estes indivíduos a criar um negócio a partir de sua capacidade empreendedora. Como objetivo, o presente estudo, almeja Identificar fatores que possam contribuir para que jovens optem por desenvolver uma atividade empreendedora ao criar um negócio. Para tanto, o estudo constitui-se um ensaio teórico que tem como base estudos já realizados. Dentre os resultados alcançados evidencia-se que fatores tais como criatividade, contexto, família e nível de escolarização são capazes de influenciar o indivíduo jovem a se empenhar na criação de um negócio.

Palavras chave: Empreendedorismo Jovem. Atividade Empreendedora. Fatores que Influenciam na Criação de um Negócio.

1. INTRODUÇÃO

O tema Empreendedorismo Jovem mostra-se cada vez mais no centro de debates, de pesquisas e estudos sobre Empreendedorismo. Isso decorre da crescente e relevante importância do tema para a sociedade e para a economia nacional, embora neste contexto haja controvérsias quanto à definição de quais indivíduos podem ser considerados como jovens.

No estudo de Bulgacov, *et. al.* (2011) são considerados jovens indivíduos com idade entre 18 e 24 anos. Já outros estudos como a pesquisa de Zouain, Oliveira e Barone (2007), consideram, de forma mais abrangente, jovens aqueles indivíduos na faixa etária entre 18 e 34 anos de idade. Julien (2010), ao tratar da importância do empreendedorismo para o

* Artigo premiado na 33ª SEMAD – Semana do Administrador da Universidade Estadual de Maringá na categoria “Artigo Temático”

desenvolvimento territorial, esclarece que o dinamismo da atividade empreendedora varia de acordo com épocas e territórios.

Ter o próprio negócio é o sonho de 44% dos brasileiros entrevistados nas últimas pesquisas do relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM, realizada em 2012, que apontam preferir ter uma empresa ao invés de ter um emprego formal. Pesquisas recentes no Brasil demonstram que de cada dez empresas abertas, sete são criadas com o intuito de aproveitar uma oportunidade e não decorrem de uma necessidade (GEM, 2012).

Neste sentido, na visão de Bulgacov *et. al.* (2011), faz-se necessário colocar em discussão a atividade empreendedora como uma variável influenciada por condições sociais, econômicas e culturais ímpares. Para Teixeira *et. al.* (2011), fatores que venham a influenciar escolhas, ações e comportamentos do jovem empreendedor são importantes para entender as motivações destes e para compreender como ocorre o processo empreendedor.

Nesta perspectiva, afirmam Lima-Filho, Sproesser e Martins (2009), que é imprescindível apresentar aos jovens e também aos setores econômicos do Brasil que existem alternativas de inclusão econômica acessível a todos. E assim, seja possível romper com o pensamento tradicionalista de que o emprego formal constitui a única forma de ocupação profissional. Portanto, assumindo que o empreendedorismo se acentua como uma alternativa para ocupação profissional, principalmente para o segmento jovem, contribuindo para que novas formas de trabalho e de desenvolvimento pessoal e profissional possam ser alcançadas.

Assim, a criação de negócios por jovens tem sido considerada importante vertente do empreendedorismo, em que a atuação profissional do jovem na atualidade se mostra uma preocupação social e também econômica. Neste sentido, mostra-se importante compreender quais fatores podem influenciar e estimular o jovem ao empreendedorismo, sendo proposto para este estudo o seguinte questionamento: *Quais fatores poderiam contribuir para que jovens optem por desenvolver uma atividade empreendedora ao criar um negócio?*

Para responder ao questionamento proposto, o presente estudo tem como objetivo *Identificar fatores que possam contribuir para que jovens optem por desenvolver uma atividade empreendedora ao criar um negócio*. Para tanto, o presente estudo foi desenvolvido sob a forma de ensaio teórico, embasado em estudos teóricos e empíricos já realizados sobre o tema proposto.

Ressalta-se que o entendimento sobre a atividade empreendedora, neste estudo, está vinculado às ações relacionadas à criação de um negócio. Pois a atividade empreendedora também pode ser realizada em negócios já existentes, como a aquelas relacionadas ao intra-empreendedorismo que, contudo, não fazem parte do foco deste estudo.

O presente estudo justifica-se na necessidade de compreender fatores relacionados ao empreendedorismo jovem. Pois, segundo Zouain, Oliveira e Barone (2007) características e comportamentos do empreendedor jovem carecem de pesquisas e análises mais profundas, e que, segundo Carvalhal, Leão e Teixeira (2012), pouco se conhece sobre especificidades relacionadas aos jovens empreendedores. A geração de jovens que está ingressando no mercado de trabalho atualmente precisa ser analisada mais detalhadamente, para que se compreendam características e condições que envolvem a atividade empreendedora por eles desenvolvida (BULGACOV, *et. al.*, 2011).

Nesta perspectiva, apresenta-se: na seção 2, trata sobre empreendedorismo e empreendedorismo jovem; na seção 3, fatores que podem influenciar a atividade empreendedora por jovens; na seção 4, algumas considerações sobre o estudo; e, finalmente, as referências consultadas.

2. EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO JOVEM

Filion (1999) considera o Empreendedorismo como um campo em que se estuda a atividade empreendedora. Já esclarecem Shane e Venkataraman (2000) que não há consenso na literatura a respeito de uma definição para Empreendedorismo, mas este pode ser considerado um processo que envolve três questionamentos: 1) porque, quando e como oportunidades podem ser utilizadas para produzir bens e serviços, 2) porque, quando e como alguns indivíduos descobrem e exploram tais oportunidades e, 3) porque, quando e como diferentes modos de ação são utilizados para explorar as oportunidades descobertas.

Tal concepção relaciona a exploração de uma oportunidade e os fins almejados e meios utilizados ao realizá-la, por um indivíduo - o empreendedor. Neste sentido, segundo Shane e Venkataraman (2000), para que haja empreendedorismo pessoas precisam possuir diferentes crenças e diferentes valores, determinados indivíduos conseguirão vislumbrar a possibilidade de criação de bens ou serviços. Para os autores, a competição entre as pessoas no mercado de trabalho faz com que algumas se sobressaiam ao explorar potenciais oportunidades.

Mas, esclarece Filion (1999), que existem perspectivas diferentes para explicar porque determinados indivíduos exploram certas oportunidades. Duas correntes de pensamento se destacam: os *economistas*, que associam a atividade empreendedora à inovação, e, os *comportamentalistas* que associam a atividade empreendedora às características intrínsecas ao indivíduo, como intuição e criatividade. Contudo, para o autor, é difícil considerar apenas a racionalidade no comportamento dos empreendedores, como os economistas pressupõem, assim como é difícil considerar a necessidade de realização do indivíduo e seu comportamento como determinantes para a criação de um negócio.

O Empreendedorismo Jovem, enquanto segmento do Empreendedorismo, apresenta a mesma perspectiva de dificuldades de definição e delimitação da área (FILION, 1999), embora seja o campo do empreendedorismo cujo agente empreendedor tenha faixa etária média entre 18 e 34 anos de idade. Ressalta-se, todavia, que outras faixas etárias têm sido consideradas em estudos sobre empreendedorismo jovem, como o caso da jovem empreendedora que iniciou suas atividades aos 13 anos de idade, confeccionando e vendendo bijuterias em uma cidade do interior do Paraná, cuja trajetória profissional foi estudada por Teixeira *et. al.* (2011).

De acordo com Filion (1999), para cada pequeno negócio criado há pelos menos um empreendedor atuando. Ressalta-se, portanto, segundo Carvalho, Leão e Teixeira (2012) que o empreendedorismo é um processo dinâmico em que se evidencia o papel do empreendedor, especialmente do empreendedor jovem que vem se destacando e tendo maior participação na economia ao longo dos últimos anos. No empreendedorismo jovem, conforme Borges, Filion e Simard (2008), também se destaca a existência de empreendedorismo em grupo, que consiste em dois ou mais jovens que optam por criar um negócio em sociedade.

Segundo características demográficas explicitadas em dados da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (2012) nota-se no Brasil que a taxa de empreendedores iniciais entre jovens de 18 a 24 anos é de 14,2%, sendo significativamente maior se comparada à média dos demais países analisados pelo GEM, de apenas 10,7%. Os dados também revelam que a faixa etária com a maior taxa de empreendedores iniciais brasileiros é a de 25 a 34 anos de idade, de 19,2%, sendo que, observando a faixa etária de 18 a 34 anos. Isto confirma que a população jovem no Brasil é relativamente mais ativa no que se refere à atividade empreendedora se comparada a outros países (GEM, 2012).

Como afirmam Lima Filho, Sproesser e Martins (2009), as características do mercado de trabalho e emprego mudaram e a sociedade ainda precisa compreender essas mudanças. Para Soares e Machado (2005), inserir o jovem no mercado de trabalho constitui um desafio, sendo o empreendedorismo uma nova dimensão para absorver a mão de obra jovem. Assim, a atividade empreendedora, na criação de um negócio, estabelece-se como alternativa de

empregabilidade para o jovem brasileiro e também constituindo mais do que opção de ocupação e desenvolvimento profissional, mas também alternativa para inserção social e oportunidade de estímulo ao desenvolvimento socioeconômico da sociedade.

Por isso, Fillion (1999) afirma que o empreendedorismo constitui um fenômeno regional, uma vez que culturas, necessidades e hábitos de uma região influenciam os comportamentos, que por sua vez se refletem na maneira como um indivíduo decide se dedicar ao empreendedorismo, criando e organizando sua própria empresa.

Para Dominginhos, Pereira e Silveira (2007), muitos estudos consideram o papel do empreendedor como único para a criação do negócio, mas este se origina de um fenômeno coletivo, pois mesmo sendo em muitos casos uma ação individual, os empreendedores acessam recursos em suas redes pessoais e profissionais. Por isso esclarece Fillion (1999) que o conhecimento sobre características que envolvem os empreendedores pode fornecer subsídios para que se definam opções de capacitação de possíveis futuros empreendedores.

Teixeira *et. al.* (2011) afirmam que características pessoais dos empreendedores influenciam suas escolhas, ações e comportamento, sendo importantes para a compreensão de como ocorre o processo de criação de negócios. Mas conforme Fillion (1999) ainda não se conseguiu definir um perfil absolutamente capaz de identificar um indivíduo que possa ser empreendedor. Mas, características comuns podem ser apontadas tais como otimismo, expectativas de valor em relação à oportunidade e percepção de autoeficácia (SHANE, VENKATARAMAN, 2000).

Contudo, a atividade empreendedora, apesar de ter sido historicamente compreendida a partir de uma perspectiva individualizada, atualmente é compreendida como ação resultante do processo de aprendizagem, influenciada por condições culturais, sociais e econômicas singulares (BULGACOV, *et. al.*, 2001).

Mas, como afirmam Bulgacov *et. al.* (2011) ao se adotar uma concepção sócio-histórica e cultural da atividade empreendedora, não se pode separar o indivíduo empreendedor de perspectivas socializantes. A atividade empreendedora, portanto, é desenvolvida por indivíduos que podem apresentar características pessoais que favorecem a opção por desenvolver atividade empreendedora. Mas, tais indivíduos também estão imersos em um contexto favorável, sendo estes influenciados pelo ambiente onde estão inseridas, havendo influências diversas, como por exemplo, influências familiares, de redes pessoais e profissionais, das condições socioeconômicas, da formação escolar.

3. FATORES QUE INFLUENCIAM A ATIVIDADE EMPREENDEDORA DE JOVENS

Para Teixeira *et. al.* (2011) embora o processo de empreendedorismo se inicie com a criação de uma nova organização, há fatores que antecedem esse processo como: procura por oportunidades, a identificação de uma oportunidade, a avaliação de seu potencial de exploração, as condições do meio em que o indivíduo está inserido, experiência e educação do potencial empreendedor. Portanto, diversos fatores envolvem a atividade empreendedora, como identificação de oportunidades, levantamento de recursos disponíveis, apoio familiar, experiência profissional e nível de escolarização, entre outros.

Para Teixeira *et. al.* (2011), alguns pesquisadores acreditam que empreendedores apresentam características inatas, outros acreditam que ser empreendedor depende das ações desenvolvidas pelo indivíduo. “Empreendedorismo é geralmente associado à iniciativa, desembaraço, inovação, possibilidades de fazer coisas novas e/ou de maneira diferente, assim como à capacidade de assumir riscos” (TEIXEIRA, *et. al.*, 2011, p.5).

Neste sentido, os mesmos autores argumentam que muitos pesquisadores já tentaram delinear um perfil para o empreendedor, acreditando que determinadas motivações e comportamentos

específicos são os responsáveis pela ação empreendedora. Filion (1999) esclarece que não se pode avaliar se um indivíduo será ou não empreendedor, no entanto, se podem identificar quais características são mais favoráveis ao empreendedorismo:

Empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação continuará a desempenhar um papel empreendedor (FILION, 1999, p.19).

Assim, diversas características são frequentemente enumeradas como comuns a indivíduos empreendedores, como iniciativa e criatividade. Mas, de acordo com pesquisas de Bulgacov et. al. (2011), empreendedores podem ser compreendidos como fruto do ambiente em que estão inseridos, uma vez que são influenciados pelo contexto social. Neste contexto alguns fatores destacam-se, em estudos já realizados, como o papel do contexto, da família.

Com a perspectiva de identificar características relacionadas ao empreendedorismo jovem, como a definição de perfil para o empreendedor e informações relacionadas a negócios criados por jovens, diversos estudos foram desenvolvidos em anos recentes.

Dentre as principais pesquisas identificadas, relacionadas a aspectos nesse segmento do empreendedorismo, alguns resultados podem ser mencionados, como demonstrado no quadro 1, exposto a seguir.

ANO	AUTORES	PRINCIPAIS FATORES IDENTIFICADOS
2005	Soares e Machado	Nível de escolarização (curso superior). Dificuldades enfrentadas.
2007	Zouain, Oliveira e Barone	Dificuldades enfrentadas.
2008	Borges, Filion e Simard	Empreendedorismo coletivo. Dificuldades enfrentadas.
2009	Lima Filho, Sproesser e Martins	Papel da família. Nível de escolarização.
2011	Bulgacov et. al.	Aprendizagem. Necessidade de políticas públicas
2011	Teixeira et. al.	Fatores intrínsecos ao empreendedor (criatividade) Papel da família. Redes. Aprendizagem. Necessidade de políticas públicas.
2012	Carvalho, Leão e Teixeira	Desejo de explorar oportunidade.

Quadro 1 - Levantamento das principais pesquisas e resultados referentes ao empreendedorismo jovem (Fonte: Elaborado pelas autoras).

Conforme se observa no quadro 1, o papel da família foi enumerado como importante para que o jovem empreendedor se dedique à criação de um negócio. Lima Filho, Sproesser e Martins (2009) ressaltam o papel do apoio familiar para os empreendedores jovens, bem como Teixeira et. al. (2011) aponta a família como sendo o primeiro grupo social que o indivíduo constitui, pode ser fortemente influenciador, especialmente quando pai ou mãe tem um negócio próprio. Esclarecem Lima-Filho, Sproesser e Martins (2009) que algumas

questões explicam o estímulo a jovens para o empreendedorismo por parte das famílias como forma de sucessão familiar. Esse fato, conforme os autores, mostra-se comum em famílias de classe média que, incentivam o indivíduo ao contato precoce com o mundo dos negócios, por meio de estratégias de formação ao estimular um ambiente permeado pela preocupação com o mundo do trabalho e valorização do mesmo. Esses jovens, inclusive, trabalham em negócios familiares e ingressam em instituições de ensino especializadas, capazes de propiciar capacitação para atividades empreendedoras e contato social necessário aos objetivos familiares. Assim, segundo Lima-Filho, Sproesser e Martins (2009), muitas vezes, o jovem absorve interesses familiares, já que as características do ambiente familiar, comportamentos, atividades, exemplos dos pais, influenciam a formação de valores do jovem. Já, de acordo com Julien (2010, p.24), o contexto social em que o empreendedor está envolvido pode influenciar no seu empreendimento, uma vez que o empreendedor possui interesses pessoais, família, amigos e, conseqüentemente, afinidades e interesses diversos. O mesmo autor esclarece que o empreendedor está no centro da criação e desenvolvimento de uma empresa, sendo um indivíduo social, que possui características que contribuem para a atividade empreendedora. Assim, a família ou os amigos acabam por intervir na empresa, como gestores ou funcionários, ou ainda com papéis nem sempre bem definidos. E também o empreendedor tem atividades fora da empresa, emoções, vida social e laços diversos mais ou menos obrigatórios. Seu sucesso se explica também por múltiplos laços com o meio socioeconômico e por um ambiente propício (JULIEN, 2010). Quanto ao empreendedor, considerado o agente principal na criação de um negócio, vale ressaltar que características intrínsecas ao indivíduo também contribuem (TEIXEIRA, *et. al.*, 2011), juntamente com a disposição em buscar novos horizontes, como sucesso profissional.

Corroborando tal perspectiva, Dominginhos, Pereira e Silveira (2007) também destacam a importância da rede de contatos pessoais e profissionais, que ao se ampliarem permitem ao empreendedor construir credibilidade ao identificar parceiros, fornecedores, clientes para o negócio. Aspectos referentes às redes de contato do jovem empreendedor são denominados por Fillion (1999) como *networking*. Uma rede, para Fontes, Sousa e Videira (2009), compõe o capital social de um indivíduo e apresenta importante papel no empreendedorismo, uma vez que podem contribuir para o desenvolvimento da atividade empreendedora. No estudo realizado por Teixeira *et. al.* (2011), a participação ativa em redes de relacionamentos (*networking*) se apresentou como importante para o sucesso da atividade empreendedora. O papel das redes de contato constitui importante fator estimulador para o jovem empreendedor. Outro aspecto ressaltado na literatura é a questão da aprendizagem, fundamental ao jovem empreendedor. Segundo Bulgacov *et. al.* (2011), esta se constitui em um processo por meio do qual o jovem amadurece e percebe suas habilidades, motivações e conhecimentos para empreender. Conforme os autores, o empreendedorismo se configura como um processo de aprendizagem, especialmente quando se trata do segmento jovem, que se realiza por meio de práticas nas relações de negociação, participação, desafios e experiências. A atividade de empreender constitui-se em processo experimental e social, de acordo com o contexto em que o empreendedor está inserido. “Empreender é visto como um processo de aprendizagem que, por meio da prática, transforma as identidades e as habilidades dos indivíduos para participar do mundo, para mudar tudo ou alguma coisa, para mudar a si próprios” (BULGACOV *et. al.*, 2011, p.717). Em seu estudo de caso sobre a jovem empreendedora que se dedicou à confecção e venda de bijuterias, Teixeira *et. al.* (2011) aponta que se evidenciou a constante disposição em aprender por parte da referida jovem, sujeito de seu estudo.

Relacionado à aprendizagem, Dominginhos, Pereira e Silveira (2007) destacam o capital humano. Este também pode contribuir para o processo empreendedor, na medida em que educação, experiência e relações sociais estimulam o empreendedor. Conforme os autores, níveis elevados de conhecimento aumentam a capacidade cognitiva do indivíduo, sendo os

níveis de qualificação formal capazes de favorecer uma maior propensão a identificar oportunidades. A experiência profissional, na medida em que oferece experiência e *know-how*, torna o empreendedor mais propenso a criar um negócio. Na percepção destes autores, a cultura é apontada como outro fator relevante. Assim, o contexto pode influenciar o processo de decisão na criação de um negócio, havendo valores culturais e territórios que podem se apresentar mais encorajadores em detrimento de outros.

Todavia, afirmam Shane e Venkataraman (2000) que oportunidades empreendedoras dependem de assimetria de informação e crenças, fazendo com que alguns indivíduos identifiquem e se dediquem a explorar tais oportunidades para produzir bens e serviços. Por isso, os autores esclarecem que a exploração de oportunidades depende das expectativas de valor do indivíduo em relação a oportunidade, da percepção de que estas são superiores aos custos que poderão ocorrer e de características individuais como otimismo, *locus interno* de controle, autoeficácia. Carvalho, Leão e Teixeira (2012) pesquisaram sobre motivações que levam o jovem a criar um negócio e concluíram que a exploração de oportunidades se mostra a motivação mais evidente. A exploração de uma oportunidade em potencial também constitui como motivador para que jovens decidam empreender.

Outro ponto também observado nas pesquisas supracitadas são as dificuldades encontradas na criação do negócio, como falta de recursos financeiros e falta de experiência profissional. Nesse contexto, Soares e Machado (2005) identificaram em sua pesquisa, além dos recursos financeiros, dificuldades na criação do negócio, falta de mão de obra qualificada, falta de experiência e concorrência desleal. Em alguns casos, também se sobressaíram dificuldades no estágio inicial em administrar o rápido crescimento do negócio, bem como dificuldades em lidar com a imagem da empresa perante os consumidores. Borges, Filion e Simard (2008) identificaram dificuldades em elaborar um plano de negócios e falta de disponibilidade de recursos financeiros. Tais dificuldades, segundo os autores, podem decorrer do pouco tempo de vivência, o que dificulta a formação de experiência e de capital financeiro.

Quanto a fatores institucionais, Teixeira *et. al.* (2011) destacaram a importância de direcionar políticas públicas que contribuam para a atividade empreendedora. Já, Bulgacov *et. al.* (2011) afirmaram que políticas educacionais voltadas para o jovem empreendedor são de extrema importância, embora estas devam ser elaboradas e implementadas visando subsidiar empreendedores por necessidade e também empreendedores por oportunidade.

Em linhas gerais, as pesquisas demonstraram que, para compreender a realidade do jovem empreendedor brasileiro faz-se necessário compreender fatores que o motivam a desenvolver a atividade empreendedora na criação de um negócio, contribuindo para que se entenda o que influencia esse jovem, seja por necessidade, por oportunidade ou por algum motivo diferenciado.

4. CONCLUSÃO

O presente estudo fundamentou-se no tema empreendedorismo jovem, especificamente em fatores que podem contribuir para que o jovem se dedique à atividade empreendedora de criar um negócio, tendo como parâmetro a busca de dados e informações em pesquisa junto a estudos já realizados. Com o presente estudo percebeu-se que o fenômeno da criação de novos negócios por jovens por meio da ação empreendedora, estudado sobre as lentes do Empreendedorismo Jovem, pode contribuir para a compreensão do tema e de quais e como diversos fatores podem contribuir para a atividade empreendedora pelo jovem.

Dentre os fatores que estimulam a atividade empreendedora, foram enumerados: fatores intrínsecos ao empreendedor, como a criatividade, disposição em aprender, o papel da família, redes de contatos pessoais e profissionais e, o nível de escolarização ou qualificação formal. Também foram mencionados como importantes a existência de políticas públicas para o

segmento, as dificuldades presentes no dia a dia que limitam a ação do jovem empreendedor e possibilidade de que o jovem ao iniciar um negócio deseje explorar uma oportunidade. E ainda houve destaque para a incidência de empreendimentos coletivos.

Assim, a importância do Empreendedorismo Jovem para o Brasil mostra-se cada vez mais evidente. Borges, Filion e Simard (2008) afirmam que grande parte das pequenas empresas são criadas por jovens e estas têm tendência a aumentar nos próximos anos. Portanto, torna-se evidente a relevância de se aprofundar estudos sobre o assunto, bem como compreender estudos já realizados, inclusive pesquisas empíricas, até porque esclarecem Borges, Filion e Simard (2008), pouco se conhece sobre o jovem empreendedor.

Consideram também os mesmos autores a importância de fomentar políticas públicas de apoio ao empreendedorismo, por meio do incentivo a instituições de ensino superior, disponibilizando espaço para incubação de empresas, além de estímulo a criação de relações com instituições financeiras e com outras empresas.

Como sugestões de pesquisas futuras, destaca-se a importância de se realizar mais pesquisas empíricas a fim de sistematizar conhecimentos mais aprofundados sobre as características dos jovens empreendedores em diferentes segmentos e regiões do país. Destaca-se também a importância de identificar motivações dos jovens e verificar de que maneira os fatores identificados neste estudo como estimulantes à atividade empreendedora jovem podem ser compreendidos à luz da literatura sobre o tema. Destaca-se ainda a relevância de comparar e compreender quais dificuldades os jovens encontram na implementação de um negócio, que as demais faixas etárias não apresentam.

Dessa forma, pode-se considerar que no contexto do objetivo almejado, *identificar fatores que podem contribuir para que jovens optem por desenvolver uma atividade empreendedora ao criar um negócio*, destacou-se o relevante papel que exerce os jovens empreendedores nos aspectos sociais e econômicos do país e quais possíveis fatores contribuem para a ação empreendedora destes indivíduos. Foi possível também contextualizar esta vertente do empreendedorismo a partir do levantamento bibliográfico, compilando resultados das principais pesquisas que buscaram compreender tal segmento em nível nacional.

Ressalta-se que o fenômeno da criação de negócios mostra-se um importante fator para desenvolvimento das cidades. Assim como se mostra relevante para aumento da qualidade de vida da população, via aumento da oferta de emprego, contribuindo para a melhoria da renda das pessoas – aspecto econômico e por consequência da melhoria das condições de vida, como o acesso a melhor qualidade de vida e inserção social.

5. REFERÊNCIAS

- BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. In: *V Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)*, **Anais...**, São Paulo, 2008. Disponível em: http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/196_trabalho.pdf. Acesso: 07/08/2013.
- BULGACOV, Y. L. M.; et. al. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? In: **Revista de Administração Pública (RAP)**, n.45, maio/jun – 2011, p.695-720. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v45n3/07.pdf>. Acesso em: 21/07/2013.
- CARVALHAL, F.; LEÃO, A. L.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. In: **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (RPCA)**, v.6, n.4, out-dez/2012, p.124-143.
- DOMINGUINHOS, P.; PEREIRA, R.; SILVEIRA, R. Processo de criação de empresas: um fenômeno coletivo ancorado no capital humano e social. In: **Revista Portuguesa de Gestão:**

- jul/set-2007, p.82-93. Disponível em: <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/rpbg/v6n3/v6n3a08.pdf>. Acesso em: 21/07/2013.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. In: **Revista de Administração**, v.34, n.2, abril-junho/1999, p.05-28. Disponível em: http://www.dge.ubi.pt/msilva/OE_OGE/Empreendedorimo.pdf. Acesso em: 07/08/ 2013.
- FONTES, M.; SOUSA, C.; VIDEIRA, P. Redes sociais e empreendedorismo em biotecnologia: o processo de aglomeração em torno de núcleos de produção de conhecimento. In: **Finisterra**, XLIV, v.88, 2009, p.95-116. Disponível em: <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/fin/n88/n88a07.pdf>. Acesso em: 21/07/ 2013.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil. Relatório Global, 2012. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org>>. Acesso em: 05/08/2013.
- JULIEN, P.A. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010. Tradução: Marcia Freire Ferreira.
- LIMA-FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E. L. C. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. In: **Revista de Ciências da Administração**, v.11, n.24, mai/ago - 2009, p.246-277. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2009v11n24p246/12623>. Acesso em: 07/08/ 2013.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a Field of research. In: **Academy of Management Review**, v.25, n.1, 2000, p.217-226. Disponível em: www.jstor.org/discover/10.2307/259271?uid=3737664&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102539411073. Acesso em: 07/05/ 2013.
- SOARES, M. A. F.; MACHADO, H. P.V. Jovens empreendedores: perfil, dificuldades na gestão e perspectivas dos empreendimentos. In: *V Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), Anais...*, Curitiba, 2005.
- TEIXEIRA, R. M. et. al.; Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. In: **Revista de Gestão – USP (REGE)**, v.18, n.1, jan/mar - 2011. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36722/0>. Acesso em: 08/08/ 2013.
- ZOUAIN, D. M.; OLIVEIRA, F. B.; BARONE, F. M. Construindo o perfil do jovem empreendedor brasileiro: relevância para a formulação e implementação de políticas de estímulo ao empreendedorismo. In: **Revista de Administração Pública (RAP)**, n.41, jul/ago – 2007, p.797-807. Disponível em: <http://www.scielo.br/rap/v41n4/a09v41n4.pdf>. Acesso em: 09/08/ 2013.